وایکوف

متد و برگه تقلب

ریچارد دمیل وایکوف (۱۸۷۳ - ۱۹۳۴) از پیشگامان قرن بیستم در رویکرد فنی برای مطالعه بازار سهام بود . او یکی از پنج غول تحلیل فنی به همراه داو ، گن ، الیوت و مریل محسوب می‌شود . در سن ۱۵ سالگی به عنوان یکی از برندگان بورس نیویورک کار پیدا کرد . پس از آن ، در حالی که هنوز ۲۰ ساله بود ، رئیس شرکت خودش شد . او همچنین برای تقریباً دو دهه مجله وال استریت را نوشت و ویرایش کرد که در یک زمانی بیش از ۲۰۰،۰۰۰ نفر دنبال کننده داشت .

وایکوف یک دانش‌آموز مشتاق بازار و همچنین یک نوار خوان و یک تریدر بود . او فعالیت‌های بازار و فعالیت‌های مربوط به کارگزار های افسانه‌ای سهام زمان خود ، از جمله جی پی مورگان و جسی لیورمور را مشاهده کرد . وایکوف از مشاهدات خود و مصاحبه با تریدرهای بزرگ آن زمان ، بهترین شیوه‌های لیورمور و دیگران ، اصول و تکنیک‌های روش‌شناسی تجاری ، مدیریت مالی و انضباط ذهنی تدوین کرد .

آقای وایکوف بدلیل جایگاهی که داشت شاهد بود که تعداد زیادی از سرمایه گذاران خرده‌فروش مرتب پولشان را از دست میدهند . در نتیجه , او خود را وقف آموزش مردم درباره " قوانین واقعی بازی " آنگونه که با علایق بزرگ , یا " پول هوشمند " بازی کرد , اختصاص داد . در دهه ۱۹۳۰ او مدرسه‌ای تاسیس کرد که بعدها به موسسه بازار بورس تبدیل شد . پیشنهاد مدرسه یک دوره از مفاهیمی بود که وایکوف در مورد چگونگی شناسایی بازیگران بزرگ مارکت و انباشتگی و توزیع سهام با نحوه برخورد با این بازیکنان بزرگ یاد گرفته بود . زمانی که اولین بار بیان شد , نگرش‌های تست شده او امروزه به همان اندازه معتبر هستند .

این راهنما مروری بر رویکردهای نظری و عملی وایکوف در بازارها را دارد ، از جمله راهکارهایی برای شناسایی نامزدهای ترید و ورود به موقعیت‌های بلند و کوتاه ، تحلیل انباشتگی و توزیع . روش‌های وایکوف را می‌توان برای هر بازار مالی که تریدرهای سازمانی در آن کار می‌کنند ، از جمله کالاها ، اوراق‌قرضه و ارز اعمال کرد .

پنج قدم برای نزدیک تر شدن به بازار

روش وایکوف شامل یک رویکرد پنج مرحله‌ای برای انتخاب بازار و ورود به معامله است که می توان آن را به صورت زیر خلاصه کرد:

- موقعیت فعلی و روند احتمالی آینده بازار را مشخص کنید .

آیا مارکت در رنج (کانسالیدیشن) یا در روند است ؟ آیا تحلیل شما از ساختار بازار , عرضه و تقاضا , مسیری را نشان می‌دهد که احتمالاً در آینده نزدیک وجود دارد ؟ این ارزیابی به شما کمک میکند تصمیم بگیرید که آیا در حال حاضر در بازار باشید یا خیر, و اگر قرار است در بازار حضور داشته باشید پوزیشن بای میگیرید یا سل .

- جفت ارزی را انتخاب کنید که با روند هماهنگ باشد .

در یک روند صعودی ، سهام‌هایی را انتخاب کنید که از بازار قوی‌تر هستند . به عنوان مثال ، به دنبال سهام‌هایی بگردید که درصد بیشتری نسبت به بازار، رشد و اصلاح های کمتری میکنند . در روند نزولی ، سهام‌هایی را انتخاب کنید که از بازار ضعیف‌تر هستند . اگر در مورد این مساله مطمئن نیستید ، آن را رها کنید و سراغ نکته بعد برید .

- سهام را با یک " علت " انتخاب کنید که حداقل، برابر با هدف شما یا از آن بیشتر باشد.

یک جز مهم وایکوف برای انتخاب یک ترید و مدیریت آن، روش منحصربفرد او در شناسایی اهداف قیمت با استفاده از نقطه و شکل (P & F)برای معاملات خرید و فروش بود . در قانون بنیادی " علت و معلول " وایکوف ، شمارش افقی P&F در یک تریدینگ رنج علت را نشان می‌دهد ، در حالی که حرکت قیمت بعدی نشان‌دهنده تاثیر است. بنابراین ، اگر قصد دارید پوزیشن های بای طولانی را انتخاب کنید ، سهام هایی را انتخاب کنید که تحت انباشتگی(رنج) هستند و یک دلیل کافی برای راضی کردن هدف شما ساخته‌اند .

- سهامی انتخاب کنید که برای حرکت آماده اند .

نه تست برای خرید و یا فروش را انجام دهید (توصیف شده در زیر) . برای مثال ، در یک تریدینگ رنج بعد از یک رالی طولانی ، شواهدی از نه تست فروش نشان می‌دهد که عرضه قابل‌توجه وارد بازار شده و یک موقعیت سل می‌تواند تضمین شود ؟ یا در یک انباشتگی(رنج) ظاهری ، نه تست خرید نشان می‌دهد که عرضه به طور موفقیت آمیزی جذب شده‌است ، چرا که در فصل بهار با حجم پایین و حتی آزمون کم حجم آن بهار ، شاهد آن هستیم ؟

- وقت خود را با تغییر در شاخص بازار سهام سپری کنید.

سه چهارم یا بیشتر مسایل فردی در هماهنگی با بازار عمومی حرکت می‌کنند، بنابراین شانس یک ترید موفق را با داشتن قدرت کلی بازار بهبود بخشید. اصول خاص وایکوف به شما کمک می‌کنند تا تغییرات احتمالی بازار را پیش‌بینی کنید، از جمله تغییر ساختار قیمت (CHOCH) (مانند یک کندل بزرگ با حجم بالا پس از یک روند صعودی طولانی) و همچنین علائم ۳ قانون وایکوف (پایین را ببینید). استاپ لاس خود را ست کنید و سپس آن را تریل کنید تا جایی که پوزیشن را ببندید.

وایکوف به تریدر های خرده فروش توصیه کرد که سعی کنند مارکت را طوری ببینند که یک بازارساز آن را میبینند . در حقیقت , او حتی ادعا کرد که مهم نیست که حرکت بازار واقعی یا مصنوعی باشد ; یعنی نتیجه خرید و فروش واقعی سرمایه گذاران و یا خرید مصنوعی و فروش توسط بازارسازهای بزرگ‌تر است ."

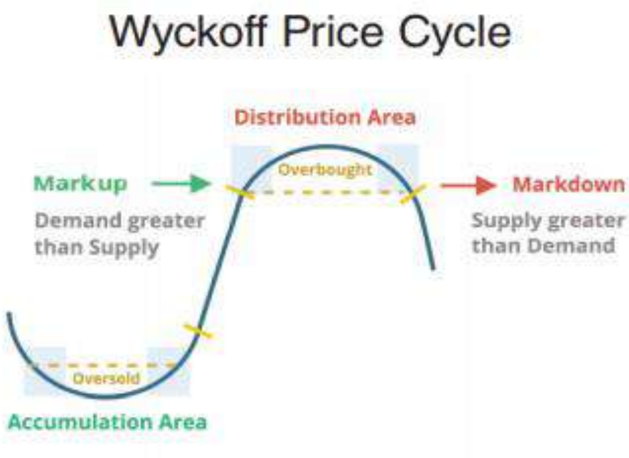
وایکوف براساس مشاهدات خود درباره فعالیت‌های بازار سازهای بزرگ , این را آموزش داد :

- بازارساز ، مردم را جذب می‌کند تا سهامی را خریداری کند که در آن در حال حاضر مقدار قابل‌توجهی از سهام را با ایجاد داد و ستد های زیاد جمع کرده‌است ، در واقع سهام خود را با ایجاد یک " بازار وسیع " تبلیغ می‌کند .

- هر کس باید با هدف قضاوت بر رفتار سهام و انگیزه‌های آن بازارسازهای بزرگ که بر آن تسلط دارد ، چارت سهام را مطالعه کند .

- با مطالعه و تمرین ، می توان توانایی تفسیر انگیزه‌های بازارسازان را که یک نمودار به تصویر می‌کشد ، بدست آورد . وایکوف و همکارانش باور داشتند که اگر کسی بتواند رفتار بازارسازان را درک کند، فرد می‌تواند بسیاری از فرصت‌های معاملاتی و سرمایه‌گذاری را زودتر شناسایی کند تا از آن‌ها سود ببرد .

بنا بر گفته وایکوف, بازار را می‌توان از طریق تجزیه و تحلیل دقیق عرضه و تقاضا, به کمک پرایس اکشن , حجم و زمان , پیش‌بینی کرد. به عنوان یک دلال, او در موقعیتی بود که فعالیت‌های افراد بسیار موفق و گروه‌هایی که بر مسایل خاص تسلط داشتند را مشاهده کند; در نتیجه, او می‌توانست از طریق استفاده از نمودار عمودی (میله‌ای) و شکل کشف کند, که مقاصد آینده آن بازارسان بزرگ کجا میباشد . یک طرح کلی ایده آل از این که چگونه آماده‌سازی بازارسازان بزرگ برای صعودی و نزولی کردن را تصور می‌کند, در شکل زیر به تصویر کشیده شده است. زمان ورود به سفارشات خری و فروش د، بعد از شکستن انباشتگی(رنج) میاشد.



3 قانون وایکوف

چارت های وایکوف مبتنی بر روش‌شناسی بر سه " قانون " بنیادی استوار است که جنبه‌های بسیاری از تجزیه و تحلیل را تحت‌تاثیر قرار می‌دهد . این موارد شامل تعیین جهت گیری فعلی و آینده مارکت , انتخاب بهترین سهام برای خرید یا فروش , مشخص کردن سهامی که برای ترک تریدینگ رنج آماده هستند و طرح‌ریزی اهداف قیمت از رفتار خود سهام در تریدینگ رنج می‌باشد . این قوانین , تحلیل هر چارت و انتخاب هر سهام را برای ترید اگاه میکند .

➢ **قانون عرضه و تقاضا مسیر قیمت را مشخص میکند.**

این اصل، مهمترین بخش روش وایکوف برای ترید و سرمایه‌گذاری است . زمانی که تقاضا بیشتر از عرضه است قیمت بالا می‌رود و زمانی که عرضه بیشتر از تقاضا باشد قیمت کاهش می‌یابد . تریدر / تحلیلگر می‌تواند تعادل بین عرضه و تقاضا را با مقایسه قیمت و میزان حجم در طول زمان مطالعه کند . این قانون به طرز فریبنده ای ساده است , اما یادگیری به منظور ارزیابی دقیق عرضه و تقاضا بر روی نمودارهای میله‌ای , و همچنین درک مفهوم الگوهای عرضه و تقاضا , به طور قابل‌توجهی تکرار و تمرین می طلبد .

➢ **قانون علت و معلول**

این کار به تریدر و سرمایه گذاران کمک می‌کند تا با اندازه‌گیری میزان پتانسیل یک روند در حال ظهور از تریدینگ رنج , اهداف قیمت را تعیین کنند . " علت " می‌تواند با شمارش نقطه افقی در یک نقطه و شکل نمودار اندازه‌گیری شود , در حالی که " اثر " حرکت فاصله مربوط به شمارش نقطه است . این عملیات را می‌توان به عنوان نیروی انباشتگی(رنج) یا توزیع در تریدینگ رنج و نیز نحوه کار این نیرو در یک روند یا حرکت بعدی مشاهده کرد . تعداد پوینت و فیگر چارت به منظور اندازه‌گیری علت و میزان تاثیر آن مورد استفاده قرار می‌گیرند .

➢ **قانون تلاش**

قانون تلاش در مقابل نتیجه, هشداری اولیه برای تغییر احتمالی در روند در آینده نزدیک فراهم می‌کند. تفاوت بین حجم و قیمت اغلب نشان‌دهنده تغییر در جهت روند قیمت است. به عنوان مثال, هنگامی که قیمت پس از یک رالی قابل توجه، حجم بالایی میخورد (تلاش بزرگ) اما زیاد حرکت نمیکند(یا رنج طور حرکت میکند) و در ساختن یکی سقف جدید شکست میخورد ، این نشان میدهد که بازارسازان درحال تخلیه سهام و منتظر تغییر روند هستند.

تجزیه و تحلیل تریدینگ رنج ها

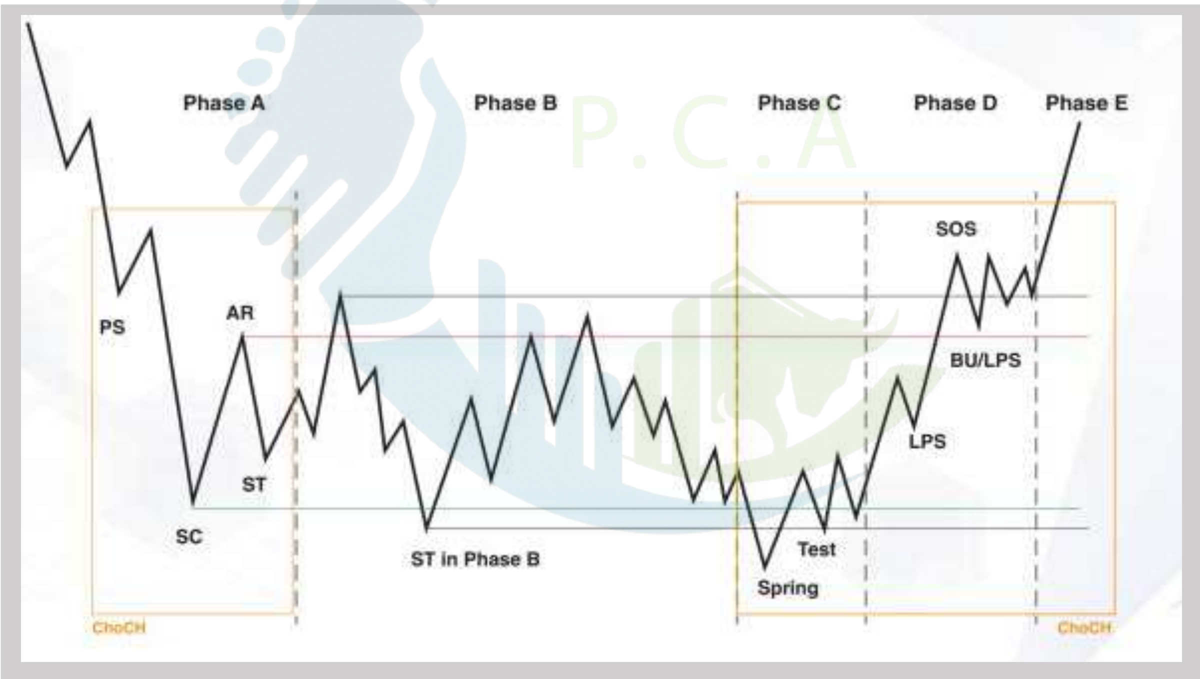
یک هدف از روش وایکوف بهبود زمان‌بندی بازار در زمان ایجاد یک موقعیت در پیش‌بینی حرکت آتی است که در آن نسبت ریسک / ریوارد مطلوب وجود دارد . تریدینگ رنج ها (TRS)مکان‌هایی هستند که روند قبلی (صعودی یا نزولی) متوقف شده‌است و تعادل نسبی بین عرضه و تقاضا وجود دارد . موسسات و دیگر بازارسازان حرفه‌ای بزرگ برای خرید دوباره سهام (یا فروش آن) در تریدینگ رنج ها آماده میشوند . در هر دو تریدینگ رنج های مربوط به انباشتگی و توزیع , بازارسازان به طور فعال خرید و فروش می‌کنند - تفاوت این است که در انباشت , تعداد سهامی که خریداری میشود از سهامی که فروخته میشود بیشتر است در حالی که در توزیع , خلاف آن درست است . میزان تجمع یا توزیع علت حرکت بعدی از TR مشخص میکند .

شماتیک های وایکوف

یک تحلیلگر موفق با سبک وایکوف باید بتواند جهت و بزرگی حرکت از یک TR را پیش‌بینی کرده و بدرستی قضاوت کند . خوشبختانه ، وایکوف دستورالعمل‌های تست زمان برای شناسایی و توصیف فازها و رخدادهای درون یک TR ارایه می‌دهد که به نوبه خود مبنایی برای برآورد اهداف قیمت در روند بعدی ارایه می‌دهد . این مفاهیم در چهار شماتیک زیر نشان‌داده شده‌اند ؛ دو نمونه از انواع رایج انباشتگی ، پس از آن دو نمونه از توزیع را نشان می‌دهد .

Accumulation

SCHEMATIC 1



رویدادهای وایکوف

PS– حمایت‌های اولیه، که در آن خرید عمده پس از یک حرکت نزولی طولانی آغاز می‌شود. افزایش حجم و افزایش اسپرد گسترده‌تر می‌شود و سیگنال این را میدهد که حرکت نزولی ممکن است به انتهای خود نزدیک شده باشد.

Sc– نقطه اوج فروش، نقطه ای که در آن اسپرد و فشار فروش معمولا به نقطه اوج خود میرسه و مردم به طور وحشتناک و سنگین میفروشند که توسط بازارسازان و موسسات جذب میشوند. اغلب قیمت به خوبی در یک sc بسته خواهد شد، که منعکس‌کننده خرید این بازارسازان و موسسات بزرگ از خرده فرونشدگان میباشد . سقف این رالی کمک میکند تا سطح بالاتره تجمع را پیدا کنیم.

ST- تست دوم ثانویه, که در آن قیمت، ناحیه SC را دوباره تاچ می‌کند تا تعادل عرضه / تقاضا را در این سطوح آزمایش کند. زمانی که قیمت نزدیک ناحیه حمایتی SC میشود، باید حجم و اسپرد قیمت پایین بیاید تا این ناحیه حمایتی تایید شود. رایج است که بعد از SC، تعداد قابل توجهی ST داشته باشیم.

TEST- بازیگران بزرگ همیشه بازار را برای عرضه در سرتاسر یک tr (منظور از TR همان انباشتگی است) و در نقاط کلیدی برای افزایش قیمت امتحان می‌کنند. اگر عرضه قابل توجهی در مرحله تست پدیدار شود, به این معنی است که مارکت فعلا قصد بالارفتن را ندارد. اغلب آماده نمی‌شود. اسپرینگ اغلب با یک یا چند تست دنبال می‌شود; یک تست موفق، به طور معمول باعث ایجاد یک هایر لو با حجم کمتری میشود.

SOS– نشانه قدرت ، پیشرفت قیمت در افزایش اسپرد و حجم نسبتاً بالاتر . اغلب یک SOS پس از یک اسپرینگ صورت می‌گیرد و تفسیر تحلیگر از آن اقدام قبلی را تایید می‌کند .

LPS- آخرین نقطه حمایتی, یک لو یا پولبک بعد از SOS.

BU/LPS به معنی یک پولبک با حجم و اسپرد کم به حمایتی است که نقش مقاومت را داشته است. در بعضی از نمودارها، ممکن است چیزی بیش از یک LPS وجود داشته باشد.

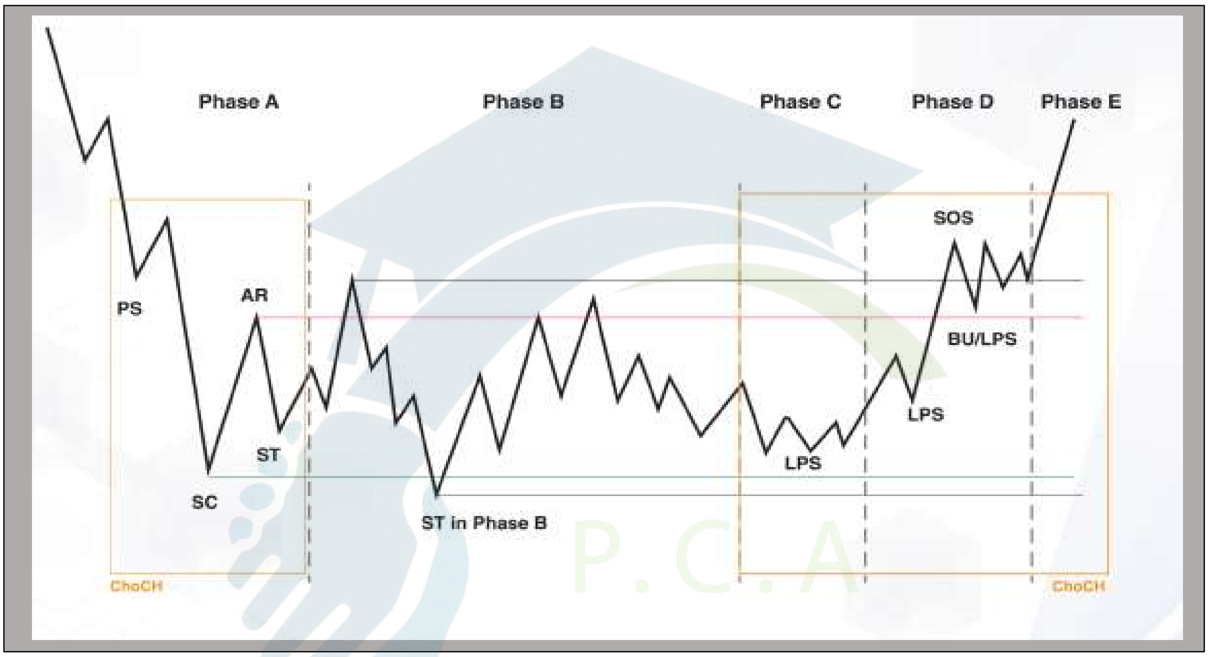
BU، "پشتیبان". این یک عبارت مختصرشده از استعاره ای است که توسط رابرت اوانز ابداع شد، یکی از معلمان برجسته روش وایکوف از دهه ۱۹۳۰ تا ۱۹۶۰ است. ایوانس از SOS به عنوان پریدن از روی نهر تشبیه کرده‌است که به معنای شکست مقاومت و اصطلاح بازگشت به نهر به این معنی است که فروشنده های کوتاه مدتی، سود خود را تصفیه میکنند و قیمت دوباره ناحیه مقاومت را به عنوان حمایت تست میکنند. پشتیبان یک عنصر ساختاری مشترک قبل از افزایش قیمت بیشتر است که می‌تواند انواع مختلفی از جمله یک پولبک ساده یا TR جدید داشته باشد.

نکته: Springs یا shakeouts معمولاً در اواخر یک TR اتفاق می‌افتد و اجازه می‌دهد که بازیکنان اصلی مارکت سهام قبل از یک حرکت صعودی، یک تست قطعی برای عرضه در دسترس داشته باشند. "اسپرینگ" قیمت را پایین‌تر از کف TR میبرد و سپس به داخل TR باز میگردد و بسته میشود؛ این عمل به بازیکنان اصلی مارکت این اجازه را میدهد مردم را از جهت روند اینده گمراه کنند و تعداد سهام بیشتری بدست بیاورند.

SHAKEOUT ممکن است زمانی رخ دهد که افزایش قیمت شروع شده‌است, که با حرکتهای سریع رو به پایین، قصد دارد تا خریداران و سرمایه گذاران خرده سهم هایشان را به بازیگران اصلی بفروشند. در تصویر انباشتگی اول، اسپرینگ نشان داده شده ست درحالیکه در تصویر دوم اسپرینگ وجود ندارد.

ACCUMULATION

SCHEMATIC 2



فازهای وایکوف

فاز A: فاز A نشان‌دهنده توقف روند نزولی قبلی است. تا این نقطه، عرضه غالب بوده‌است. کاهش عرضه در حمایت اولیه (PS) و نقطه اوج فروش (SC) مشهود است. این رویدادها اغلب بر روی نمودارهای میله ای آشکار هستند، که در آن ,واید شدن اسپرد و حجم گسترده، انتقال تعداد زیاد سهام از مردم به بازیگران حرفه‌ای مارکت را به تصویر می‌کشد. هنگامی که این فشارهای شدید فروش از بین رفت، یک رالی خودکار (AR)، متشکل از هر دو تقاضای سازمانی برای سهام و همچنین کاهش فشار فروش ، رخ میدهدً . یک تست ثانویه موفق (ST) در ناحیه SC، فشار فروش کمتری نسبت به قبل و کاهش اسپرد و حجم را نشان خواهد داد که معمولا در همان سطح SC یا بالاتر اتفاق می افتد اما اگر به سطح پایینSC نفوذ کند میتوانیم انتظار کف های جدید یا یک تریدینگ رنج طولانی را داشته باشیم. نقاط SC و ST و همینطور AR سقف و کف تریدینگ رنج مارا مشخص میکند. خطوط افقی می‌توانند برای کمک به تمرکز بر رفتار بازار استفاده شوند همانطور که در دو تصویر بالا نشان داده شده است.

گاهی روند نزولی ممکن است به طور چشمگیری به پایان برسد , بدون حجم و بدون اشباع فروش قیمت(کلایمکس) . با این حال, به طور کلی, بهتر است که PS, SC, AR و ST را ببینیم, چرا که باوجود این ها نه تنها چارت واضح تر به نظرمیرسد , بلکه نشان میدهد که بازیگران بزرگ مارکت، شروع به انباشتگی (تجمع) کرده اند.

در تجمع مجدد   (re-accumulation) (که در طول یک روند صعودی طولانی رخ میدهد) , نقاط PS , SC و ST در فاز A مشهود نیستند . در عوض , در چنین مواردی , فاز A شبیه چیزی است که به طور معمول در توزیع دیده می‌شود (شکل زیر را ببینید) . فازهای B - E به طور کلی دارای مدت‌زمان کوتاه‌تر و دامنه کوچک‌تر نسبت به هم هستند , اما در نهایت شبیه اساس انباشت اولیه هستند .

فاز B: در تحلیلهای وایکوفی, فاز B تابع " ایجاد یک علت " برای یک روندصعودی جدید است (مراجعه کنید به قانون شماره ۲ - " علت و معلول "). در فاز ,Bموسسات و بازیگران حرفه‌ای بزرگ, درحال ایجاد انباشت در پایین ترین قیمت میاشند و منتظر حرکت صعودی بعدی میمانند. پروسه انباشت (تجمع) موسسات ممکن است خیلی طول بکشد(بعضی وقت ها یکسال یا بیشتر) که شامل خرید سهام در قیمت های پایین میباشد. معمولاً در طول فاز B و ST های متعددی به همراه فشار خرید به سطح بالایی TR وجود دارند. به طور کلی, زمانی که TR در حال تکامل است، بازیگران عمده, خریداران خالص سهام هستند , با هدف بدست آوردن بیش‌ترین مقدار سهام شناور باقیمانده تا جایی که ممکن است. خرید و فروش سازمانی باعث بالا و پایین شدن قیمت در تریدینگ رنج ها میشود. در اوایل فاز B ، نوسانات قیمت تمایل به گسترده شدن و همراه با حجم بالایی دارند . با این حال , همانطور که حرفه‌ای‌ها عرضه را جذب می‌کنند , حجم در نزول درون TR گرایش به کاهش دارد. هنگامی که به نظر می‌رسد که عرضه ممکن است خسته شده باشد , شرایط برای فاز C آماده میشود .

فاز C: در فاز C است که قیمت اخرین تلاش های خود را میکند تا عرضه باقی مانده را پس بگیرد و به بازیگران اصلی مارکت این اجازه رو میدهد تا اطمینان حاصل کنند که آیا سهام آماده است یا نه.

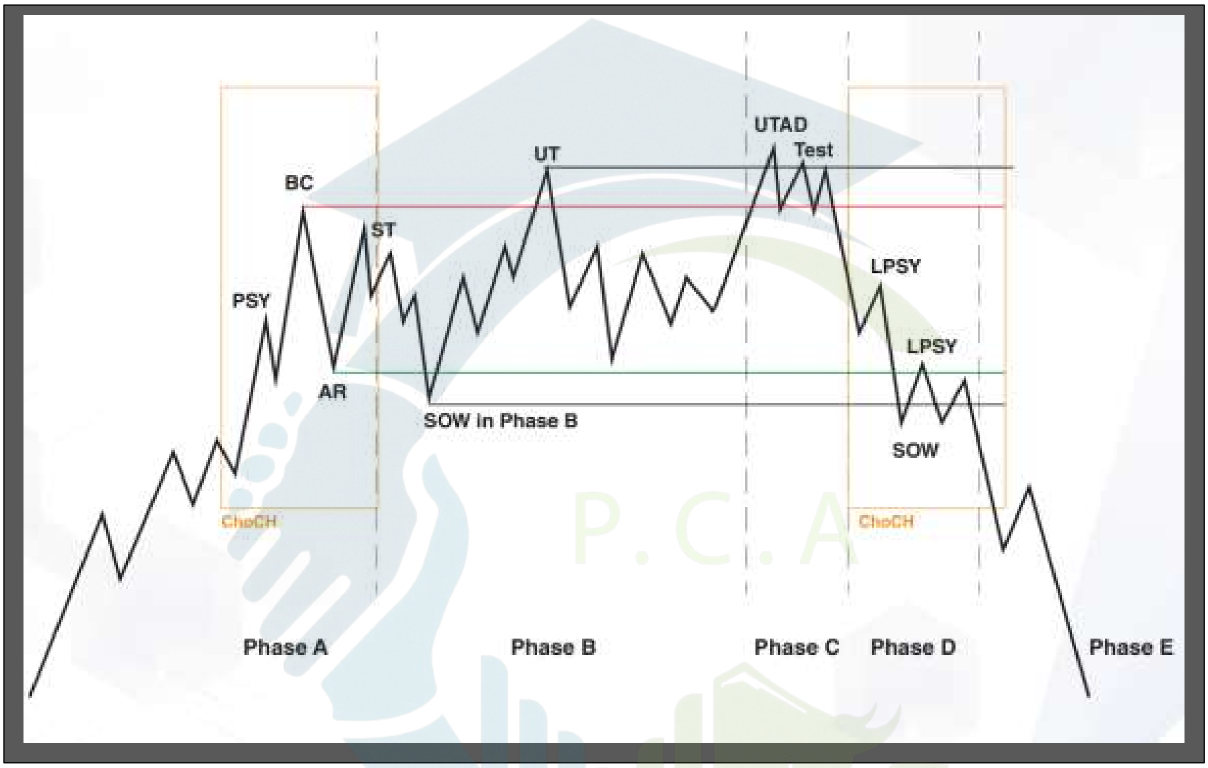
همانطور که در بالا اشاره شد، اسپرینگ یک حرکت قیمت به سمت پایین سطح حمایتی TR میباشد (که در فازهای A و B ایجاد شده‌است) که به سرعت معکوس می‌شود و به داخل TR باز می‌گردد. این یک مثال از تله نزولی است، زیرا شکستن حمایت ظاهراً برای از سرگیری روند نزولی نشان داده می‌شود ، اما در حقیقت، این نشانه شروع یک روند صعودی جدید است که فروشندگان جدید را به دام انداخته است . در روش وایکوف، یک تست موفقیت‌آمیز برای عرضه به نام اسپرینگ نشان داده میشود که یک موقعیت با احتمال بالا را فراهم میکند .یک اپرنگ با حجم کم نشان دهنده این است که قیمت اماده شروع روند صعودی میباش، بنایراین این موقعیت خوبی برای یک پوزیشن خرید جزئی میباشد. با ظهر شدنSOS بعد از اسپرینگ ، این تحلیل تایید میشود.همانطور که در تصویر شماتیک انباشت (تجمع) 2 اشاره شد، تست عرضه میتواند بدون اسپرینگ صورت گیرد و اگر این اتفاق بیفتد ،شناسایی فاز C میتواند چالش برانگیز باشد.

فاز D: اگر در تحلیل خود درست عمل کنیم, آنچه که باید پیروی کنیم, تسلط پایداری تقاضا بر عرضه است. این امر با الگوی (SOSs) با افزایش اسپرد و حجم و نیز واکنش‌ها (LPSs) با اسپرد و حجم کاهش یافته مشهود است. انتشار کم‌تر و کاهش حجم مشهود است. در طول فاز D، قیمت حداقل تا بالای TR حرکت خواهد کرد. LPSها در این مرحله به طور کلی موقعیت های مناسبی برای شروع یا افزودن به موقعیت‌های بلندمدت هستند.

فاز E: در فاز E، قیمت TR را ترک می‌کند, تقاضا در کنترل کامل است و روندصعودی برای همه مشهود است. بعضی از عقب نشینی ها قیمت , مانند shakeouts و واکنش‌های معمول, عموماً کوتاه‌مدت و ناپایدار هستند.TR جدیدی که بممکن است در صول فاز E هرلحظه بوجود آید نشان دهنده تسویه حساب بعضی از خریداران و یا انباشت دوباره میباشد که توسط بازیگران عمده اتفاق می افتد تا بعدا سهام بیشتری بدست بیاورند.

DISTRIBUTION

SCHEMATIC 1



PSY- عرضه اولیه جایی است که در آن بازارسازان بزرگ شروع به خالی کردن سهام بعد از یک حرکت صعودی قابل توجه می‌کنند. افزایش حجم و افزایش اسپرد سیگنال هایی از تغییر روند را به ما میدهند. .

در **BC-** اشباع خرید: که در آن اغلب حجم و اسپرد به طور قابل توجهی افزایش میابد. خریدهای شدید و وحشتناک مردم سقف قیمتی که توسط بازیگران عمده مارکت جذب شده اند ، فشار خرید را به اوج خود میرسانند. خرید به اوج خود می‌رسد, اغلب با گزارش درآمد (BC) با خرید شدید یا فوری از سوی مردم توسط منافع حرفه‌ای در قیمت‌های نزدیک به بالا. یک زیاد یا خبرهای خوب دیگر همزمان است, چرا که بازیگران عمده به تقاضای زیادی از مردم برای فروش سهام خود نیاز دارند.

AR - واکنش اتوماتیک: با خرید شدید پس از BC و ادامه عرضه سنگین، یک AR رخ می‌دهد. سطح پایینی این عرضه کمک میکند تا کف ناحیه توزیع (DISTRIBUTION) مشخص شود.

ST- تست ثانویه: که در آن قیمت، برمیگردد به ناحیه BC تا عرضه و تقاضای این ناحیه را تست کند. برای اینکه این سطح تاید شود، عرضه باید بر تقاضا غلبه کند و حجم و اسپرد باید با نزدیک شدن قیمت به ناحیه BC کاهش یابد.ST ممکن حالت فشار خرید را بگیرد (UT) که در آن قیمت به ناحیه بالای مقاومتی BC نفوذ میکند و پس از آن در پایین مقاومت بسته میشود. بعد از UT قیمت اغلب ناحیه کف TR را تست میکند.

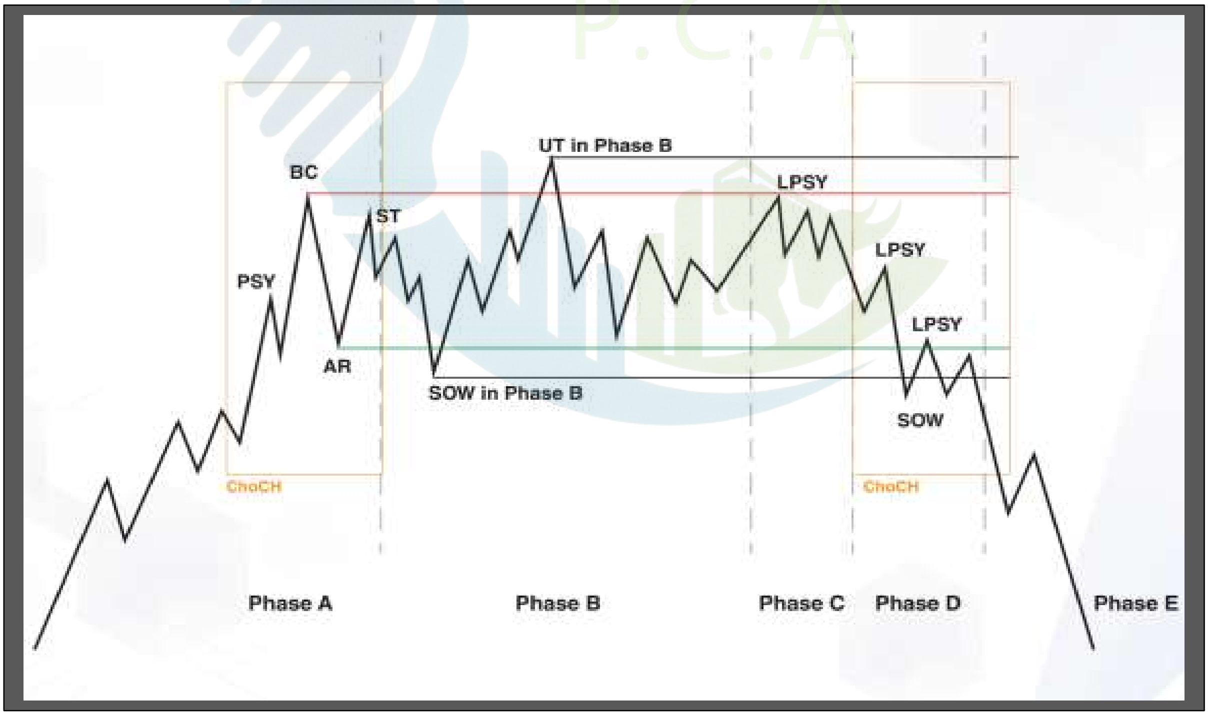
SOW- نشانه ضعف: یک حرکت نزولی به سمت کف TR میباشد که قابل مشاهده است و معمولا حجم و اسپرد در آن افزایش میابد. AR و SOW نشان دهنده تغییر کاراکتر در قیمت میباشند (CHOCH)؛ عرضه اکنون غالب است.

LPSY- اخرین نقطه عرضه : پس از تست حمایتیSOW، یک رالی ضعیف با اسپرد کم نشان میدهد که قیمت به سختی در حال صعود است.این ناتوانی در رالی ممکن است به دلیل تقاضای ضعیف، عرضه قوی و یا هردو باشد.LPSY نشان دهنده خستگی تقاضا و آخرین موج توزیع بازیگران بزرگ قبل از آغاز نزول میباشد.

UTAD– صعود بعد از توزیع: یک UTAD، طرف مقابل اسپرینگ در توزیع میباشد.(اسپرینگ در انباشت اتفاق می افتد) . UTAD زمانی انفاق می افتد که قیمت TR را بریک کرده باشد و بخواهد مقاومت شکسته شده را تست کند. همانند اسپرینگ،UTAD یک عنصر ساختاری ضروری نیست. در تصویر شماتیک توزیع 1 ، UTDA حضور دارد در حالیکه در تصویر دوم حضور ندارد.

DISTRIBUTION

SCHEMATIC 2



فازهای وایکوف

فاز A: فاز A در توزیع، نشان دهنده توقف روند صعودی قبلی است. تا این نقطه تقاضا غالب بوده است و اولین شواهد ورود فروشندگان در مارکت توسط PSY و اشباع خرید (BC) دیده میشود. این رویدادها معمولا با واکنش اتوماتیک (AR) و تست ثانویه (ST) ناحیه BC همراه میشود که اغلب حجم کاهش یافته ای دارند. با این حال، روند صعودی ممکن است بدون اشباع خرید به پایان برسد و به جای آن ، خستگی خریداران با کاهش یافتن حجم و اسپرد نشان داده میشود و همینطور صعود کم رالی ها قبل از ناحیه های عرضه مهم یکی دیگر از نشونه های تغییر رونده. در یک ناحیه دوباره توزیع (redistribution) در روند نزولی، فاز A ممکن است مثل آغاز ناحیه انباشت به نظر رسد.

فاز B: وظیفه فاز B ایجاد یک علت در آماده سازی برای یک روند نزولی جدید است . در طول این زمان , موسسات و بازیگران حرفه ای , پوزیشن های خرید خود را تسویه میکنند و پوزیشن های فروش خود را شروع میکنند و منتظر روند نزولی بعدی میمانند . نکات مربوط به فاز B در توزیع، مشابه نکات فاز B تجمع هستند به جز اینکه بازیگران بزرگ , فروشندگان خالص سهام هستند, از آنجاییکه که TR در حال تکامل است , با هدف خسته کردن خریداران باقی مانده تا حد ممکن . این فرآیند نشان می‌دهد که تعادل عرضه و تقاضا به جای تقاضا به سمت عرضه متمایل شده است . به عنوان مثال , sowها معمولاً با افزایش قابل توجه اسپرد و حجم به سمت نزول همراه هستند .

فاز C: در توزیع, فاز C می‌تواند خود را از طریق یک فشار به سمت بالا (UT) یا UTAD نشان دهد. همانطور که در بالا اشاره شد, یک UT مخالف اسپرینگ است. این یک حرکت قیمت به سمت بالای مقاومت TR است که به سرعت به داخل TR باز میگردد و بسته میشود. این یک تلاش برای لیکویید کردن خریداران باقی مانده است . این همچنین یک تله خرید است که به نظر می‌رسد روند صعودی ادامه دارد , اما در حقیقت قصد دارد که تریدر هایی که با بریک مقاومت وارد خرید شده اند را از بین ببرد. یک UT یا UTAD به بازیگران اصلی مارکت این اجازه را می‌دهد تا مردم را از دانستن روند آینده گمراه کند و متعاقبا سهام اضافی و جامانده را در قیمت های بالا به تریدرها و سرمایه گذاران، قبل از شروع رود نزولی بفروشد. علاوه بر این یک UTAD ممکن است تریدرهای خرده را وادار به این کنند که وارد پوزیشن سل شوند و سهامشان را به بازیگران اصلی که این حرکت را ایجاد کرده اند بفروشند؛ تریدرهای بلند پرواز، بعد از شکل گیری یک UTAD ارزوی یک حرکت نزولی را دارند زیرا ریسک به ریوارد بسیار مطلوب است اما بازیگران اصلی، مرتبا کسانی را که باعث ایجاد نزول شده اند را استاپ اوت میکنند؛ بنابراین اغلب باید صبر کرد فازD و LPSY شکل بگیرد زیرا امن تر است. معمولا در توزیع، تقاضا بسیار ضعیف است و به همین دلیل قیمت به سطوحBC و ST نمیرسد.

فاز D: فاز D بعد از تستهای انجام شده در فاز C می‌رسد که آخرین نفس تقاضا را به ما نشان می‌دهد. در طول فاز D ، قیمت از حمایت TR عبور میکند. شواهدی که عرضه به وضوح غالب است با شکست حمایت TR افزایش میابد. اغلب در فاز D، رالی های متعدد ضعیفی وجود دارد؛ این LPSY ها موقعیت های مناسبی برای گرفتن یا اضافه کردن پوزیشن سل را نشان میدهند. هرکسی که در طول فاز D ، در پوزیشن خرید باشد، دنبال دردسر میگردد.

فاز E: فاز E، نمودار روند نزولی را به تصویر می‌کشد؛ قیمت TR را ترک کرده و عرضه در کنترل است. هنگامی که TR شکسته میشود، این حمایت شکسته شده معمولا توسط یک رالی تست میشود و بعد دوباره نزول را ادامه میدهد که این یک موقعیت سل با احتمال بالا را به ما میدهد. رالی های متعددی که در طول روند نزولی شکل میگیرد، معمولا ضعیف هستند. تریدرهای که در پوزیشن سل هستند میتوانند استاپ هاشون رو همراه با مارکت تریل کنند. بعد از یک نزول قابل توجه، رفتار قیمت ممکن است سیگنال دوباره توزیع یا شروع یک انباشت را به ما بدهد.

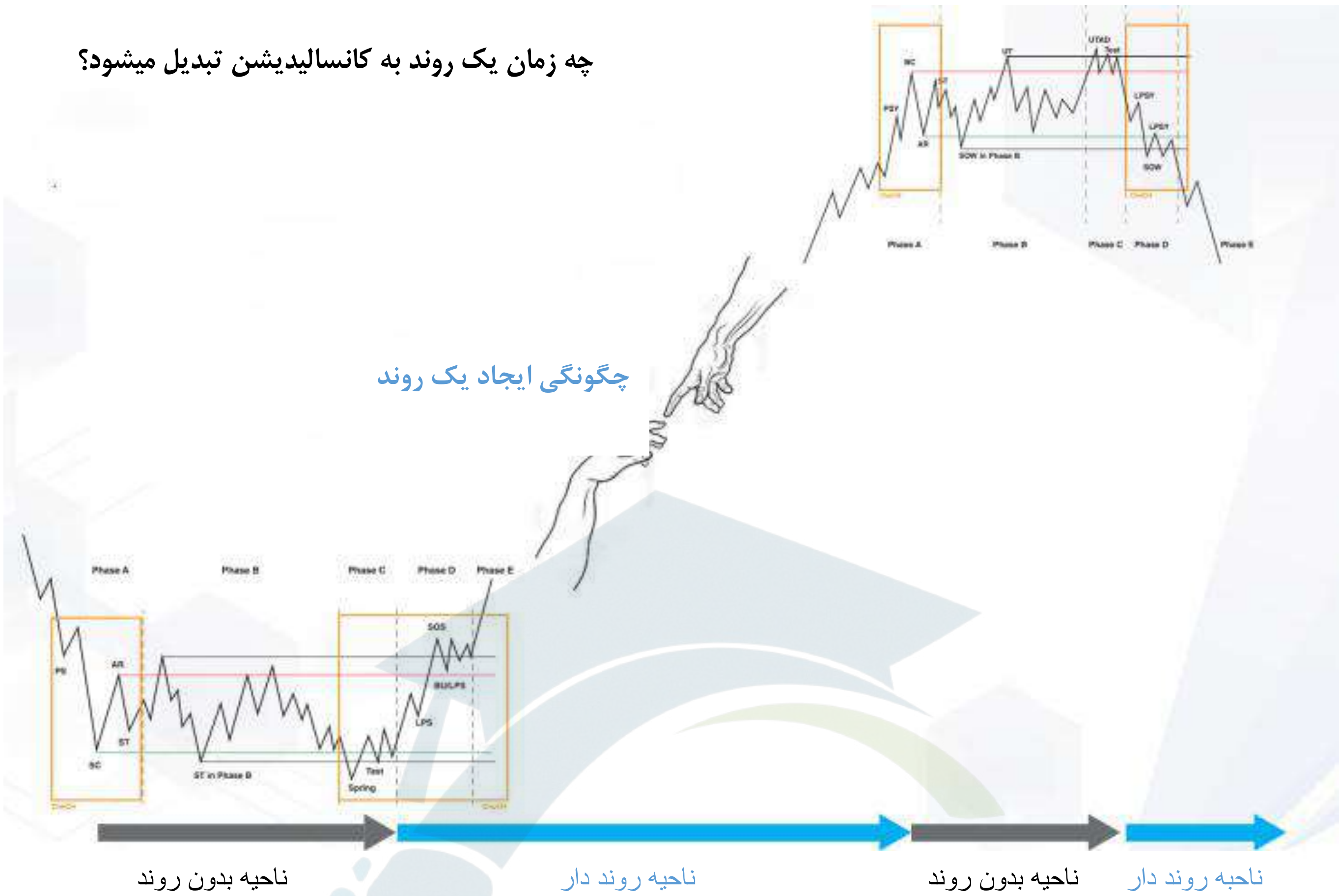
ادامه

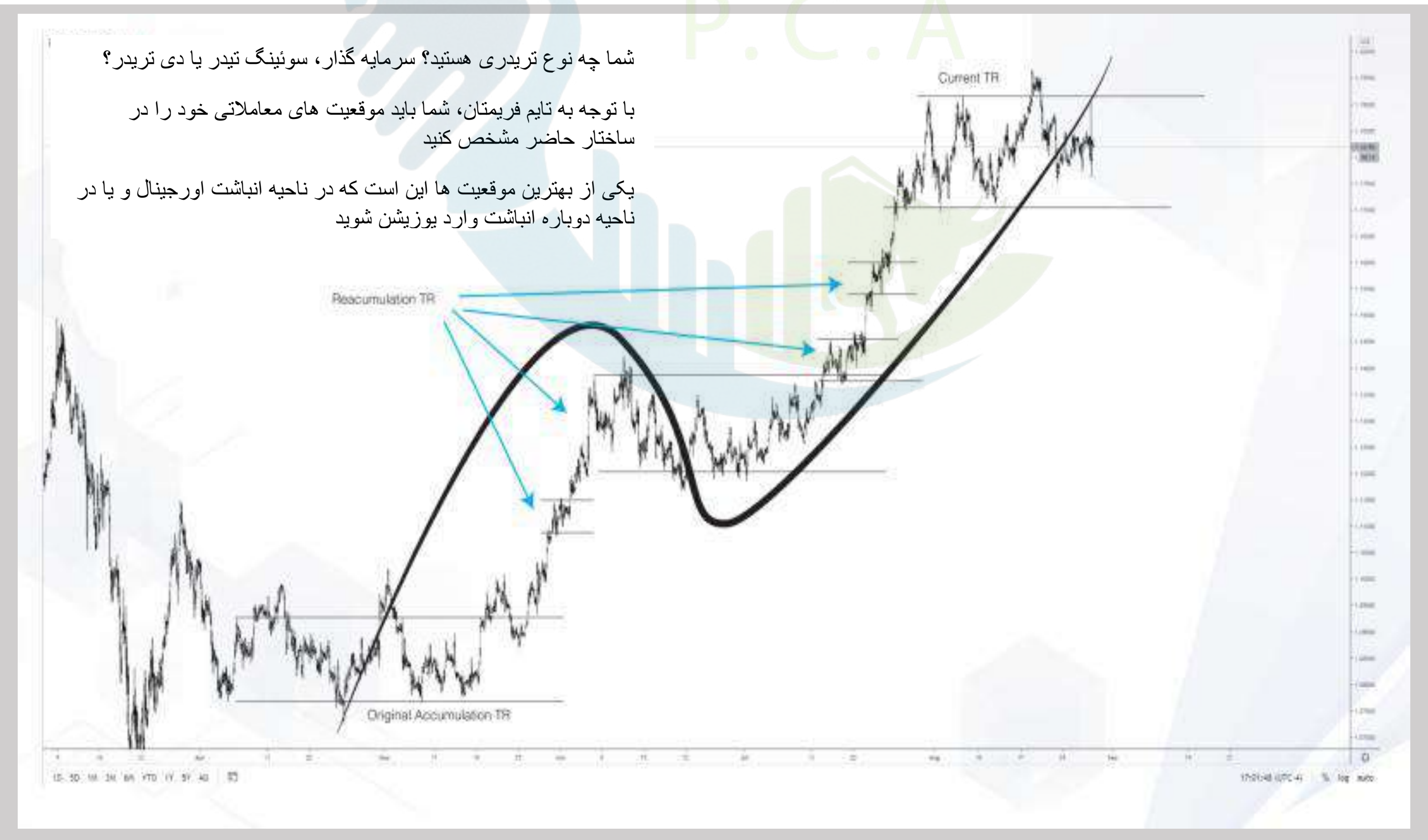
کارهای پیشگام ریچارد دی . وایکوف در اوایل قرن بیستم حول درک این مساله متمرکز بود که روند قیمت اصولاً توسط موسسات سازمانی و بازیگران اصلی هدایت می‌شوند که قیمت‌ها را به نفع خود دستکاری می‌کنند . بسیاری از تریدرهای حرفه‌ای امروزه از روش وایکوف استفاده می‌کنند , اما رویکرد کلی او هنوز به طور گسترده در میان تریدرهای خرده‌فروش دنبال نمیشود , اگرچه هدف او آموزش " قواعد واقعی مارکت " به مردم بود , با این وجود , روش انتخاب سهام و روش سرمایه‌گذاری او , تا حد زیادی به دلیل ساختار کامل , سیستماتیک و منطقی آن برای شناسایی موقعیت های معاملاتی با احتمال بالا و سودآور در طول زمان ارزش خود را حفظ کرده است . نظم و انضباط دخیل در این مسیر به سرمایه‌گذار این امکان را می‌دهد که در ترید تصمیم‌های تجاری آگاهانه تهی از احساس بگیرد . با استفاده از روش وایکوف , می توان در هر مارکت و ارزی با دونستن قصد بازیگران اصلی " پول هوشمند " سرمایه‌گذاری کرد , به جای اینکه در طرف اشتباه بازار گرفتار شود . رسیدن به مهارت در روش وایکوف نیازمند تمرین قابل‌توجهی است , اما ارزش آن را دارد .

برگه تقلب

تغییر کاراکتر(CHOCH)

چه زمان یک روند به کانسالیدیشن تبدیل میشود؟



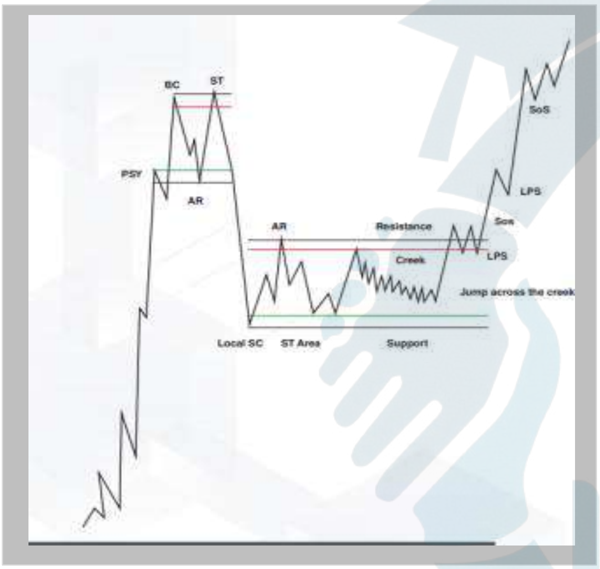


انواع دوباره انباشت(Re-accumulation) و ویژگی های آن:

- دوباره انباشت، یک تریدینگ رنج در یک روند ادامه دهنده میباشد.
- 4 نوع از دوباره انباشت وجود دارد: دوباره انباشت بعد از یک کاهش قیمتی ، دوباره انباشت همراه با اسپرینگ ، دوباره انباشت همراه با صعود، دوباره انباشت بعد از Shakeout
- دوباره انباشت همراه با صعود، قویترین نوع میباشد که هایر های و هایر لو میزند
- تشخیص Shakeout در دوباره انباشت خیلی سخت تر از انباشت اولیه میباشد.
- در دوباره انباشت عرضه کمتری نسبت به انباشت اولیه وجود دارد.
- رنج ناحیه دوباره انباشت، معمولا خیلی باریکتر از ناحیه انباشت اولیه میباشد.

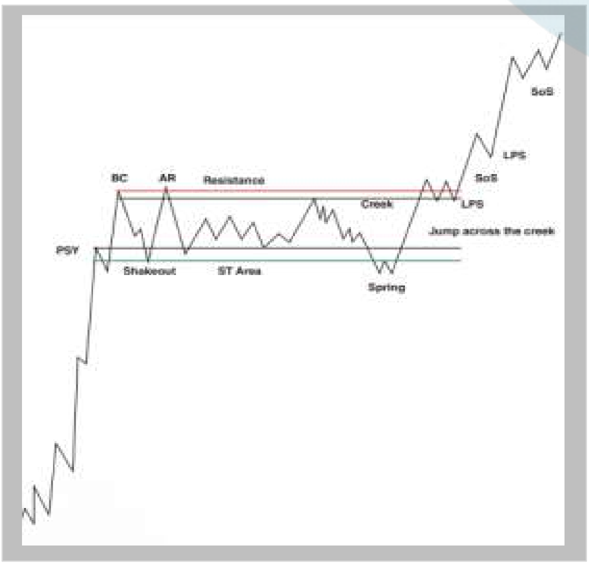
مثال های انواع دوباره انباشت(Re-accumulation)

دوباره انباشت بعد از یک کاهش قیمتی:

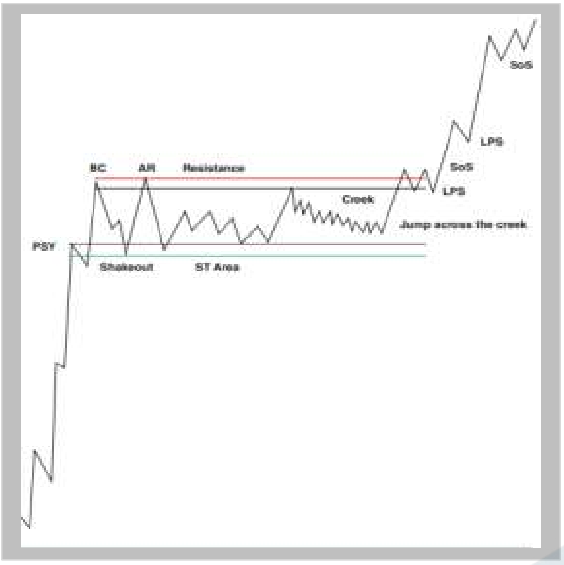


- ضعیف ترین نوع دوباره انباشت میباشد
- این موج کاهشی معمولا بعد از ایجاد یک ناحیه توزیع کوچک شکل میگیرد
- میتواند انواع مختلفی از تریدینگ رنج را داشته باشد

دوباره انباشت همراه با یک اسپرینگ:

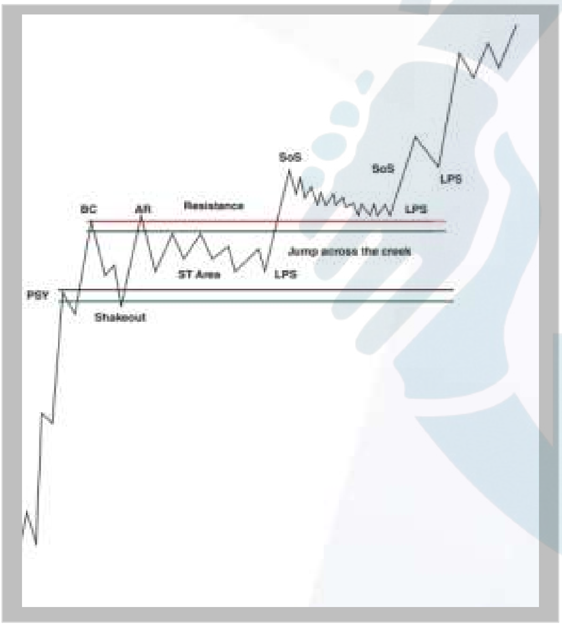


- معمولا ساختاری صاف یا با شیب پایین دارد
- معمولا لویر لو زیادی دارد که اخرین آن میتواند اسپرینگ باشد



دوباره انباشت بعد از shakeout

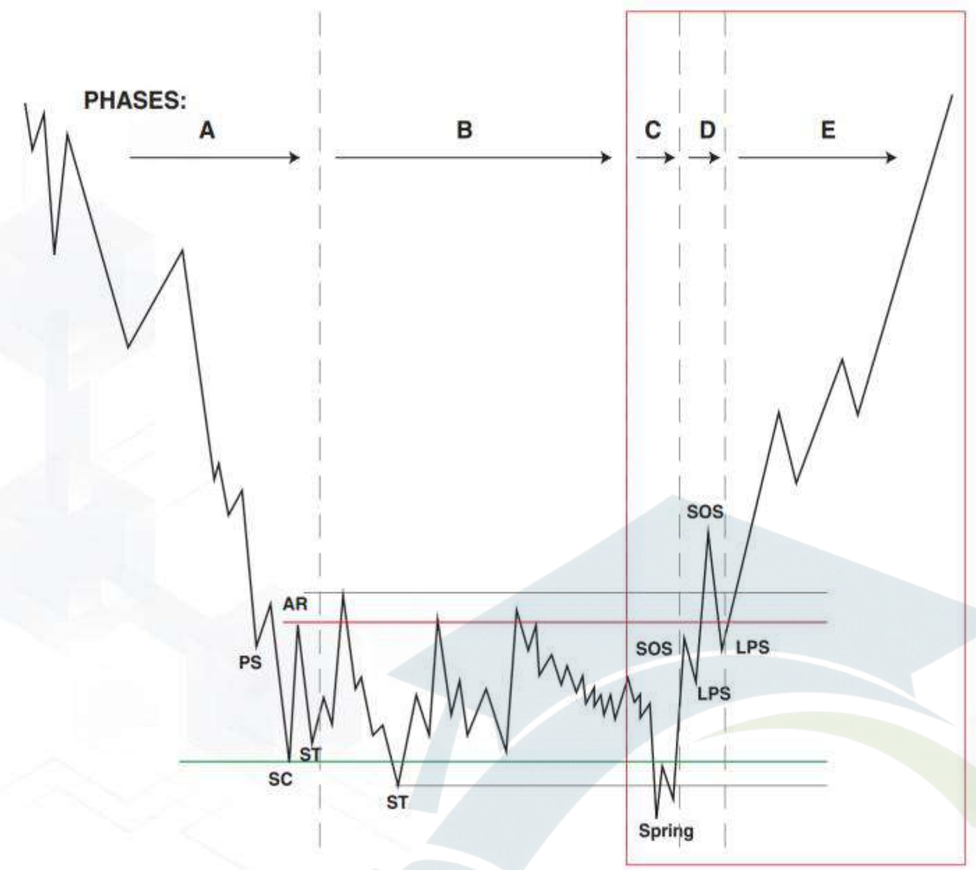
- به تله انداختن فروشندگان بدون شکست حمایتی در تریدنگ رنج
- با توجه به موقعیت مارکت، این پترن معمولا نشانه قدرت میباشد.



دوباره انباشت همراه با صعود

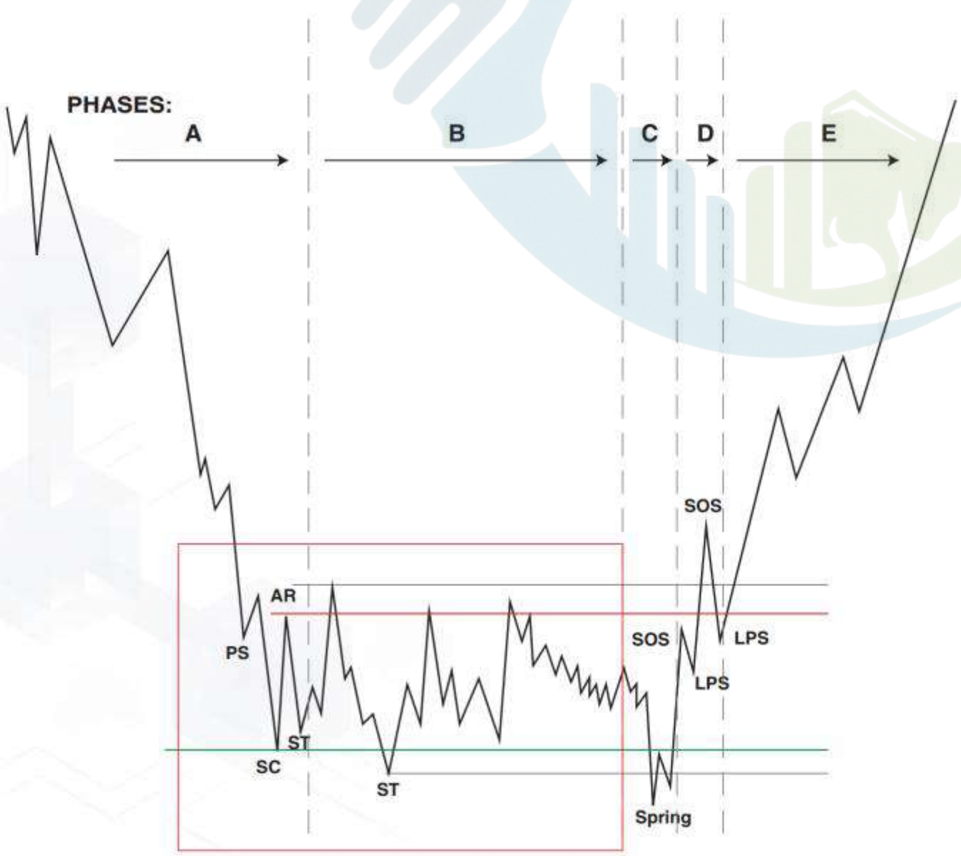
- قوی ترین نوع دوباره انباشت ها مباشد
- این ساختار، هایر های و هایر لو زیادی را نمایش میدهد

انباشت(Accumulation): فازهای C,D,E



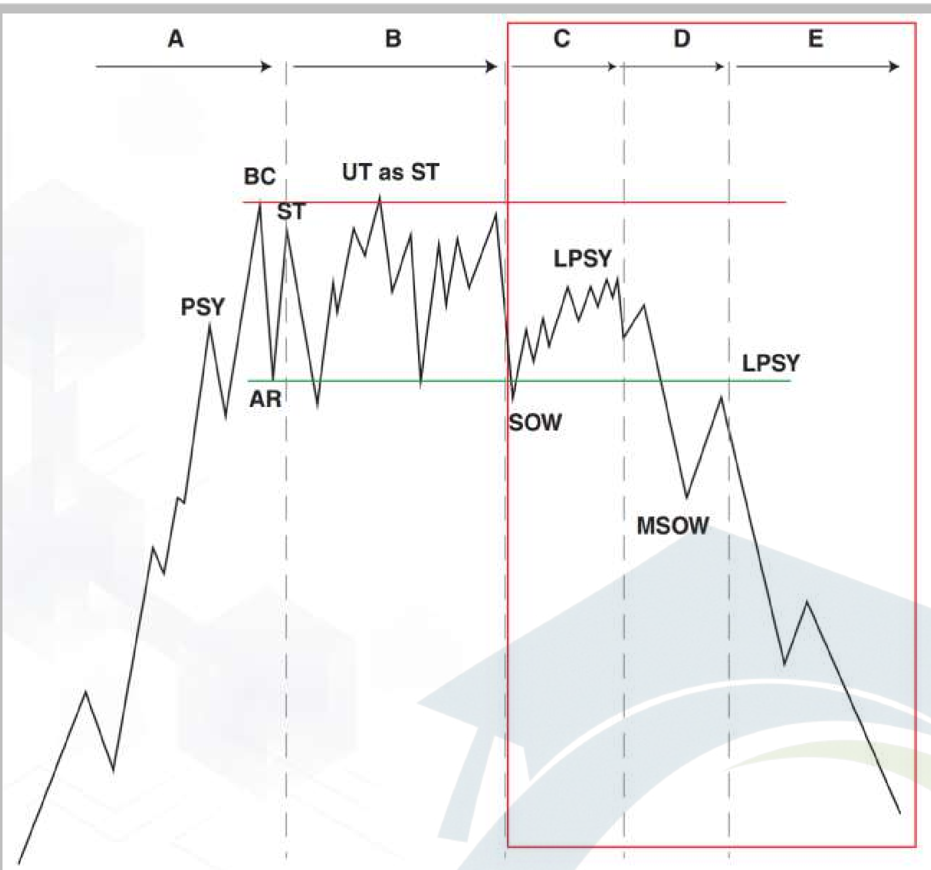
1. INTENTIONS behind Phases C, D and E:
   i. Phase C: TEST
   ii. Phase D: MARKUP in TR
   iii. Phase E: MARKUP outside of TR
2. WYCKOFF EVENTS:
   i. Phase C: Spring/shakeout, failed spring, test of a spring, LPS
   ii. Phase D: LPS, SOS, BUC
   iii. Phase E: up trend
3. SPRING:
   i. Testing of Phase A and B lows
   ii. Will either fail or reverse (down or up)
   iii. Different types: 1-2-3
4. FAILED SPRING
   i. Spring action that fails to reach the lows of the range
   ii. This is a sign of strength!
   iii. It could be also labeled as an LPS, but the principle is that of a spring
   iv. The high of AR defines the resistance line of a trading range
5. SHAKEOUT:
   i. Sharp decline on big spread and volume.
   ii. Deep penetration of support level
   iii. Quick recovery
   iv. Requires a test to act upon
6. SOS:
   i. Traveling to higher levels of the range on bigger spread and increasing volume (usually)
   ii. New higher highs, higher lows
   iii. Penetration of the resistance level of a range
7. LPS:
   i. Higher low
   ii. Inability to go lower – SOS
   iii. There could be quite a few LPS(s)
8. BUC:
   i. Last big reaction before the Markup
   ii. No more than 50% price reaction is preferred

انباشت (Accumulation): فازهای A,B



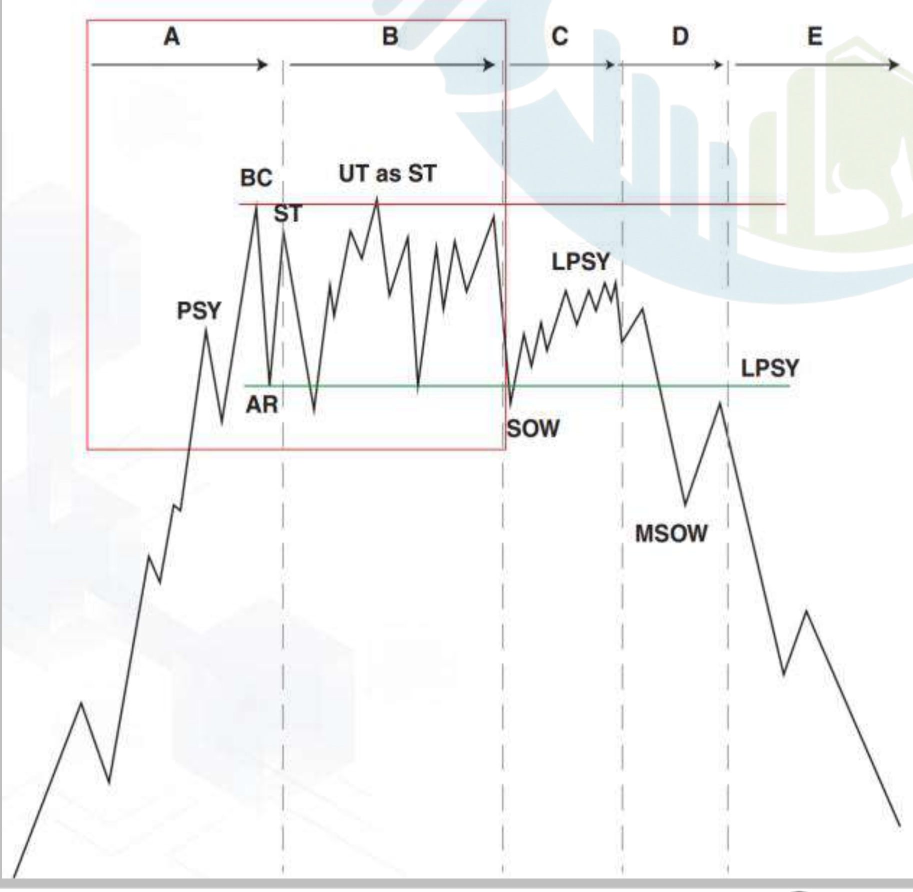
1. INTENTIONS behind Phases A and B:
   i. Phase A: STOP
   ii. Phase B: SUPPLY/DEMAND
2. WYCKOFF EVENTS:
   i. Phase A: PS, SC, AR, ST
   ii. Phase B: UT, ST and ST as SOW
3. PRELIMINARY SUPPORT:
   i. First attempt to stop a decline
   ii. It always fails as price goes lower to SC low
4. SELLING CLIMAX:
   i. Big spread / big volume
   ii. Exception 1: Contracting supply on continuous lower SC actions
   iii. Exception 2: SC ACTION can take a period of time to develop and the lowest bar might not be the biggest and with highest volume
   IV. The low of SC defines support line of a TR
iv. AUTOMATIC RALLY:
   i. It could take 1-2 days or a period of time
   ii. Exhaustion of supply creates an initial rally off SC low, which is continued later by short covering at higher prices
   iii. The high of the AR defines the resistance line of a trading range
5. SECONDARY TEST:
   i. ST can be a local event to SC+AR
   ii. It can occur later as a bigger confirmation
   iii. It can create a small trading range as a testing action
   iv. In Phase B, a lower ST can be interpreted as a potential SOW which indicates more retesting or more consolidation
6. UP THRUST:
   i. NOT only in distribution! (Think unconventionally and in terms of functionality)
   ii. It leaves a trading range above resistance and quickly comes back – failure and supply

توزیع(Distribution): فاز های A,B



1. INTENTIONS behind Phases C, D and E:
   - i. Phase C: TEST
   - ii. Phase D: MARKDOWN in TR
   - iii. Phase E: MARKDOWN outside of TR
2. WYCKOFF POINTS:
   - i. Phase C: UTAD, Failed UT, test of UTAD, high LPSY
   - ii. Phase D: LPSY, MSOW
   - iii. Phase E: downtrend
3. UPTHRUST AFTER DISTRIBUTION:
   - i. Test of the upper boundaries of a range
   - ii. Price travels out of the range and can stay there for some time
   - iii. Draws a lot of public following
4. Test of UTAD:
   - i. Failed rally after UTAD
   - ii. It looks like a healthy pause in a rally, but fails right afterwards
5. Failed UT (Roman):
   - i. Upthrust action with an intention to create UTAD
   - ii. Always fails to advance above the higher range point – SOW
   - iii. It can have a test as UTAD
   - iv. It can be also labeled as high LPSY
7. MAJOR SOW:
   - i. One of the characteristics for high probability Wyckoff setup
   - ii. It can be identified by increasing volume, spread, velocity and price penetration
   - iii. Usually will produce a new lower low
   - iv. It could be a second, third or fourth attempt to break the ice and it is the most successful one
8. LPSY:
   - i. Failed rally and lower high
   - ii. Lower volume and decreasing spread
   - iii. It can occur at different levels in a range signifying strength or weakness

توزیع(Distribution): فاز های C,D,E



1. INTENTIONS behind Phases A and B:
   - i. Phase A: STOP
   - ii. Phase B: SUPPLY/DEMAND
2. WYCKOFF EVENTS:
   - i. Phase A: PSY, BC, AR, ST
   - ii. Phase B: UT and SOW
3. PRELIMINARY SUPPLY:
   - i. First attempt to stop an advance
   - ii. It always fails as price goes higher to BC high
4. BUYING CLIMAX:
   - i. Big spread / big volume
   - ii. Exception1: Series of consecutive up bars, but not necessarily on big spread and higher volume
   - iii. Sometimes BC action is more visible on higher time frame (Daily-Weekly-Monthly)
   - iv. The high of BC defines resistance line of a trading range

iv. AUTOMATIC REACTION:
   - i. It could take 1-2 days or a period of time
   - ii. Exhaustion of demand creates an initial decline off BC high
   - iii. which is continued later by covering of long positions at lower prices
   - iv. The low of AR defines the support line of a trading range
5. SECONDARY TEST:
   - i. ST can be a local event to SC+AR
   - ii. and can occur later as a bigger confirmation
   - iii. It can create a small trading range as a testing action
6. UP THRUST:
   - i. It leaves a trading range above resistance and quickly comes back – failure and supply
7. MINOR SOW:
   - i. Indication of potential supply
   - ii. Possible retest of lows in the future